

令和2年3月26日
ワールドマスターズゲームズ2021関西組織委員会

「ワールドマスターズゲームズ2021関西」について

【報告】

1. WMG2021 関西 大会参加申込状況
2. WMG2021 関西の知名度調査の結果と今後の広報展開について
3. WMG2021 関西組織委員会 2020年度 主な事業概要
4. 「オープン競技」と「公式競技のテストイベント」の実施予定スケジュールとPR戦略について

【ワールドマスターズゲームズとは】

- ・ ワールドマスターズゲームズ (WMG) は、概ね30歳以上であれば誰もが参加できる生涯スポーツの世界最大級の国際総合競技大会。
- ・ これまで、カナダ、デンマーク、オーストラリア、アメリカなどの都市で4年おきに開催され、延べ17万人のスポーツ愛好家が参加している。
この大会が、2021年、アジアで初めて、日本で開催される。

【ワールドマスターズゲームズ2021関西の概要】

開催期間：2021年5月14日（金）～30日（日）の17日間

開催競技：35競技・59種目

開催場所：福井県、滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県、鳥取県、徳島県、京都市、大阪市、堺市、神戸市

参加目標人数：5万人（国内3万人、海外2万人）

開会式：5月14日（金）京都市 岡崎エリア一帯（平安神宮、岡崎公園）

閉会式：5月30日（日）大阪市 大阪城ホール

【主なスケジュール】

- ・ 2019.11.20～ ボランティア募集受付開始。
- ・ 2020.2.1～ 大会エントリーサイトにおいて大会参加受付開始。
- ・ 2020.3.6 常任委員会
- ・ 2020.3.23 理事会

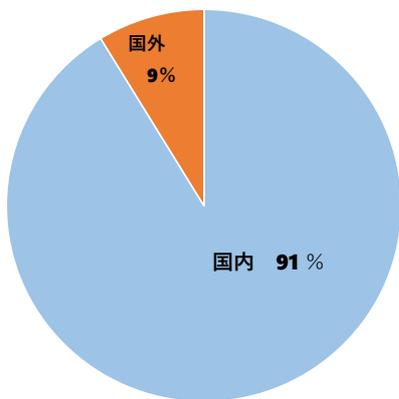
ワールドマスターズゲームズ2021関西 大会参加申込状況について (2020年3月24日 午前10時時点)

【大会エントリー者数】

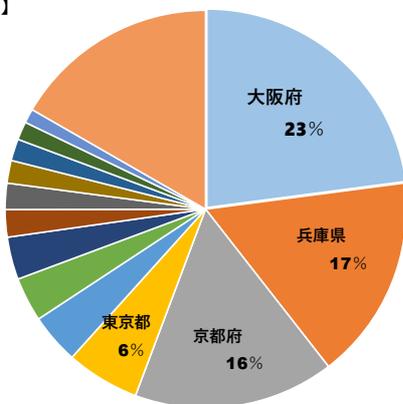
区分	合計			国内			国外		
	男性	女性		男性	女性		男性	女性	
競技出場者	11,960	9,004	2,956	10,954	8,353	2,601	1,006	651	355
うち障がい者部門	113	77	36	112	77	35	1	0	1
競技関係者	38	20	18	28	17	11	10	3	7
サポーター	144	50	94	99	39	60	45	11	34
合計	12,142	9,074	3,068	11,081	8,409	2,672	1,061	665	396

※国内=日本国籍 国外=日本国籍以外

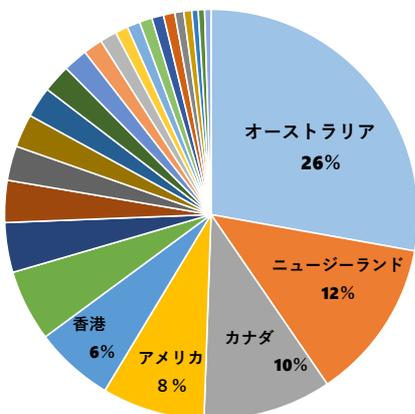
【国内と国外】



【国内内訳（都道府県別）】



【国外内訳（国別）】



【国内内訳（都道府県別）】

都道府県名	人数
大阪府	2,668
兵庫県	2,340
京都府	1,141
東京都	676
神奈川県	453
奈良県	448
滋賀県	422
愛知県	285
和歌山県	250
千葉県	205
埼玉県	202
岡山県	151
福岡県	136
徳島県	131
静岡県	121
三重県	116
広島県	109
鳥取県	100
香川県	79
新潟県	77
石川県	74
岐阜県	70
北海道	59
長野県	54
山口県	54
茨城県	43
愛媛県	43
福井県	37
群馬県	36
島根県	36
栃木県	33
熊本県	33
宮城県	31
富山県	25
大分県	25
鹿児島県	24
岩手県	21
沖縄県	18
長崎県	17
福島県	16
高知県	16
佐賀県	16
宮崎県	16
山梨県	15
青森県	13
秋田県	10
山形県	7
不明	100
国外居住	29
合計	11,081

【都道府県のうち 政令市内訳】

政令指定都市名	人数
大阪市	988
神戸市	820
京都市	681
堺市	265
横浜市	197
名古屋市	106
川崎市	75
岡山市	66
広島市	63
福岡市	54
さいたま市	45
千葉市	39
北九州市	38
浜松市	37
札幌市	34
新潟市	28
静岡市	23
相模原市	22
仙台市	18
熊本市	7
合計	3,606

【国外内訳】

国名	人数
オーストラリア	277
ニュージーランド	126
カナダ	100
アメリカ	80
香港	62
ドイツ	56
イギリス	39
中国	33
チャイニーズ・タイペイ/台湾	27
マレーシア	26
シンガポール	24
大韓民国（韓国）	22
イタリア	19
インド	15
フランス	13
ブラジル	10
ポーランド	10
ロシア連邦	10
ハンガリー	9
リトアニア	9
ニューカレドニア	7
タイ	6
インドネシア	5
オランダ	5
その他	71
合計	1,061

WMG2021関西の知名度調査の結果と今後の広報展開について

令和2年2月22日(土)～2月27日(木)に実施した知名度調査の結果及び今後の広報展開について下記のとおり報告します。

1. 知名度調査結果

		全国	開催地	〈参考〉 関西(2府4県)
知名度	全体	14.5% (前回14.5% ±0%)	29.3% (前回20.9% +8.4%)	33.7% (前回22.8% +10.9%)
	月1回以上 スポーツ実施層	21.1%	39.3%	44.3%
参加意欲	全体	6.1% (前回9.5% ▲3.4%)	8.4% (前回10.8% ▲2.4%)	8.0% (前回12.0% ▲4.0%)
	月1回以上 スポーツ実施層	11.3%	15.1%	14.0%

※月1回以上スポーツ実施層のデータは今回初めて集計

2. ポイント

〈知名度〉 全国は変動なし、開催地では約9%、特に関西(2府4県)は約11%向上となり、TVCM等の成果があった。

〈参加意欲〉 前回比で全国・開催地共に減少。

・月1回以上スポーツを実施する層においては、比較的参加意欲が高い。

〈参加を喚起する要素〉 予選なし、初心者でも、交流し、楽しめることが魅力。

・「やや参加したい」人は、「概ね30歳以上なら予選なしに誰でも参加可能(51.6%)」「レクリエーションクラスがあるなど、初心者でも参加できる(44.0%)」「国内外の参加者と交流できる(42.4%)」「開催地周辺の観光やグルメを楽しむ(40.2%)」を魅力に感じている。

3. 今後の広報展開について

- ・ターゲット層は、スポーツ愛好家層(月1回以上スポーツをする人)。
- ・これまで競技者層を中心に広報活動し、企業の団体参加も取り込み、エントリー者数1万人を達成した。次年度はテストイベントも活用し、同様の活動を継続。
- ・さらに参加者を獲得するためには、「やや参加したい」「どちらとも言えない」スポーツ愛好家層にすそ野を広げて広報活動し、興味関心を引く打ち出しを行う。

競技者層	スポーツ愛好家層	企業
<ul style="list-style-type: none"> ・中央競技団体との連携強化による誘客 ・競技別マスターズ・シニア大会等での直接訴求 ・テストイベント等へのメディア取材誘致活動 	<ul style="list-style-type: none"> ・スポーツ雑誌、Webメディア等とのタイアップ ・スポーツ系Youtuber等のインフルエンサー活用 ・大会ホームページ等での開催地の魅力発信強化 ・SNS等でのターゲットを絞った情報発信 	<ul style="list-style-type: none"> ・個別説明会・訪問による参加促進依頼 ・コーポレートゲームズ2020東京等企业スポーツイベントへの特別協力

WMG2021 関西組織委員会
2020年度 主な事業概要

<全体事業費 1,642,071>

(単位：千円)

1 競技運営 60,239

各府県政令市実行委員会や競技団体、その他の関係機関との協議・調整を行い、エントリー開始後の募集枠の管理、競技別プログラムの作成、競技役員等の編成、競技用具の整備、表彰用メダルの制作等を行うとともに、テストイベントやオープン競技を実施し、各競技会の開催に向けた機運醸成を図る。

① 関係団体との連絡調整	3,970
② 競技大会の運営に関する調査	2,060
③ 中央競技団体等との調整会議の開催	1,165
④ 競技の充実に要する経費(新)	10,000
⑤ 競技要項等翻訳経費	1,500
⑥ ドーピング検査費(新)	200
⑦ 競技運営にかかる大会開催支援アドバイザー	1,344
⑧ メダル制作経費(新)	40,000

2 大会運営 460,025

大会開催に向けて、エントリーシステムや大会ヘルプデスク(コールセンター含む)を運用し、より多くの方の大会参加を促す環境整備を行うとともに、大会総合本部・各ビレッジ等の準備や大会参加者に配付するキットの作成等を行い、大会期間中、参加者に満足していただけるよう、実行委員会その他関係機関と連携し、あらゆる事態を想定し、多岐にわたる検討課題を解決しながら、万全の受入体制の確立に向けた取組を行う。

① エントリーシステムの構築及び運営補助業務	89,173
② 大会案内業務(大会ヘルプデスク・コールセンター含む)	31,900
③ 大会総合本部、各ビレッジの運営	115,843
④ 参加者キット等(新)	216,144
⑤ 大学連携事業	680
⑥ 関係団体との連絡調整	6,285

3 交流施策 52,640

ワールドマスターズゲームズは、大会期間中に参加者同士や地域住民との『交流』を楽しむ大会でもあり、過去の大会でも交流の場の充実が大会評価の大きな要素となっていることから、本大会においても交流の場の提供を重視し、積極的に取り組む。

① 交流事業関係準備	20,000
ア オープニングビレッジ EXPO (5/11~14、みやこめっせ)	
イ 閉会式前イベント (5/30、大阪城公園内)	
ウ 一体感醸成のための交流の場の提供	
エ 大会参加者向け特典の協力店舗等の開拓及び調整	
オ 交流拠点における全国の魅力紹介事業	
② 生花(フラワー)リレー事前イベント(新)	30,000
③ 関係団体との連絡調整	2,640

4 ボランティア運営 126,631

大会を運営するにあたり必要な延べ60,000人のボランティアの確保に努めるとともに、各ビレッジや競技会場等に必要なボランティア配置数について検討・調整を行う。

また、ボランティア活動を行っていくうえで必要な知識を得るための研修や、ボランティアキットの作成を行う。

①	ボランティア運営・研修業務	37,128
②	募集広報・関係団体との連携	1,490
③	ボランティアキット作成（新）	73,013
④	ボランティア保険（新）	15,000

5 安全対策・危機管理 87,683

大会を開催する上でのリスク分析（洗い出し・評価）結果・大会特性（外国人参加者比率が40%超である・高齢者や障がい者の参加も多い・広域開催である）・競技特性を踏まえ、「事前対策（保険加入を含む）」及び「有事対応（医療救護対策を含む）」の具体化を図る。

①	危機管理対策	21,446
②	医療救護対策（新）	2,037
③	大会保険	64,200

6 観光施策 23,000

スポーツツーリズムの観点から、国内外の参加者の満足を得られるような本大会らしい質の高い観光プログラムを提供するとともに、参加者の利便性に配慮した大会専用の観光情報プラットフォームを構築し、大会参加者が開催エリアを周遊観光できる仕組みを作る。

①	観光事業の基盤となる仕組みづくり	1,178
②	体験プログラムの造成・販売の仕組みづくりとプロモーション支援	21,822

※上記取組にあわせ、関西広域連合及び関西観光本部と連携し、参加者の広域周遊を促すモデルコースを作成する。

7 宿泊施策 36,665

大会の広域性を勘案し、参加者目線に立った安全・安心な宿泊施設の提供を目指すため、WMG 宿泊センター（宿泊業務受託旅行会社内に設置）を設置し、宿泊施設との手配に関する専門業務及び宿泊業務全般にかかる業務を委託するとともに宿泊施設検索と予約がワンストップで行える大会参加者用宿泊予約サイトを構築する。

①	競技（開催地）別パートナーホテルの設定	27,097
②	公式宿泊予約サイトの構築・運用	9,568

8 交通施策 88,639

参加者がストレスなく競技に参加し、競技後も観光資源あふれる関西の地を存分に楽しんでいただける交通手段の提供に取り組む。

① 参加者がストレスなく移動（競技参加）できる交通体制の整備	38,612
ア 広域シャトルバスの確保	
イ 域内シャトルバスの調整	
ウ 交通事業者が発行する交通企画券の販売	
② 大会参加者への交通インフォメーションの提供・相談対応	12,327
ア 交通インフォメーションガイド作製	
イ ICガイド作製／ワイドエリアガイド作製	
ウ 交通案内所の運営、交通に関する問い合わせ対応、マニュアル作成	
エ 経路検索サイトの構築	
③ ADカード・オリジナルパスケース作製（新）	37,500
ア 参加者が開催期間中保有するADカードを参加者キットと同量作製する。	
イ オリジナルパスケース作製	
④ オブザーバープログラム（新）	200

9 大会の機運醸成 204,598

東京オリ・パラ開催にむけて全国的にスポーツへの関心が高まる中、大会1年前のPRイベント開催やグッズ販売、各地域でのプレ大会やオープン競技の開催等により、大会の機運醸成を推進する。

① 広報媒体制作（ポスター、チラシ、動画）	39,478
② 広報グッズ（ノベルティ）制作	21,760
③ 各種イベント等でのPR出展（着ぐるみスタッフ派遣費含む）	9,197
④ 節目イベントの開催	36,000
⑤ 大会プロパティ活用促進	9,260
⑥ 全国への情報発信	21,310
⑦ ホームページ等情報発信事業	19,000
⑧ ポータルサイトの運用	20,160
⑨ 大会アンバサダーの運用	16,000
⑩ 広報戦略にかかる大会開催支援アドバイザー（新）	5,020
⑪ 各種会議用バックボード作成	200
⑫ 大会マスコット着ぐるみの活用	360
⑬ 表彰用メダルデザイン企画	446
⑭ 協賛セールス推進事業	2,000
⑮ レガシー創出委員会運営	4,257
⑯ チャレンジデー開催支援事業	150

10 知名度向上（広報PR等） 125,270

メディアパートナーによるTV、新聞等による報道露出及びメディアリレーション活動によって広くWEBや誌面記事等のメディアへの周知を図り、知名度を向上させることで、大会の付加価値を高める。

① 広報ツールの改修	3,000
② メディアリレーション活動（首都圏、在阪メディア）（新）	2,370
③ メディアパートナーPR等事業	117,300
④ 知名度調査	2,600

※大会期間中に広報・報道センター（仮称）を設置し、メディア向けの情報発信及びメディアのニーズに応じた取材対応を行うための広報・報道対応計画を策定する。

11 参加者獲得 ※国内・海外 112,124

広報誘客戦略の考え方のもと、これまでの広報活動の効果を検証しつつ、ターゲット別・国別に他大会参加者やスポーツ愛好家等へ直接働きかける広報と、各競技団体、自治体国際化協会及び自治体海外事務所など関係機関との連携による広報活動を重層的に展開する。また、スポーツ雑誌やWEBメディアなど様々な広報媒体とのタイアップをすることにより大会周知や情報発信を行い、それらにより参加者5万人（国内：3万人、海外：2万人）の獲得をめざす。

① 広告掲出（WEB広告、大会プログラム）	9,925
② メディアタイアップ（スポーツ雑誌、WEBメディア、地方新聞等）（新）	15,000
③ 海外類似大会でのPR・誘客事業 ・パンアメリカンマスターズゲームズ2020 リオデジャネイロ大会 ・パンパシフィックマスターズゲームズ2020	12,169
④ 重点国・地域へのPR・誘客事業	15,510
⑤ 海外誘客コーディネート委託事業（新）	2,400
⑥ 関係機関を活用した海外PR事業	1,440
⑦ 過去大会参加者等によるネットワークづくり	680
⑧ TSUNAGU 推進事業	40,000
⑨ 大会HPでの全国観光地及びホストタウン情報の発信（新）	15,000

12 組織委員会運営 9,330

幹事会、常任委員会および総会の開催など、組織委員会の運営を行う。

① 組織委員会運営事業	1,030
② 常任委員会開催事業	300
③ 総会等開催事業	8,000

13 I M G A 連絡調整 93,750

競技会場地等においてI M G Aとの連絡調整等を行うほか、開催地契約書に基づき2020年度負担金75万ユーロを支払う。

14 事務局運営 71,477

事務経費の支弁など、事務局の運営を行う。

① 事務局運営事業	70,777
② 理事会等開催事業	700

※この他、職員人件費123百万円を別途計上

【予備費】 90,000

